

# 「農業のあり方を変え、 農業の前向きな転換点を作りたい」

おのくにひこ

## 小野 邦彦 氏

株式会社坂ノ途中 代表取締役

「農業は 1,000 年、2,000 年も前からある古い生業」と話し始めた小野邦彦さん。9 年前に小野さんが創業した株式会社坂ノ途中は、農産物の販売を手掛けています。①有機野菜 ②年間 400 種類以上の取り扱い ③新規就農者が育てた野菜、この 3 点が特徴で、約 200 ある取引農家のうち 9 割が新規就農者とのことです。

起業を後押しした学生時代のバックパッカー旅行で、好きだった遺跡巡りをしました。探していくと遺跡は世界中にあり「それがだんだん怖くなった」と言います。「遺跡は社会が終わった段階。終わり方が似ていて、土に負荷をかける農業をして社会が求める農産物が提供できず、政情不安になり終わってしまう。現代農業は危ういのでは」と感じたそうです。また、学生時代に友人と共にアンティーク着物の販売にも携わり、仕事の楽しさを学ぶも運営や交渉能力の無さを感じます。その後外資系金融機関に 2 年勤め、「環境負荷の小さな農業の担い手を増やして、持続可能な農業を広めていく」ために起業します。

「有機農業であればよいということではないが」と前置きし、「日本の有機農地の割合は 0.5%。本来は財産であり奪い合いの対象となる土地も農家の高齢化や担い手の減少で空きがあり、チャンスも出てきた」と農業の世界では、脇役である有機農業に挑戦したい意欲のある新規就農者と共に「農業の前向きな転換点をつくった」と振り返りたい。少量不安定な農産物を売買できる仕組みづくりに注力しています。



- ・ 1983 年、奈良県生まれ
- ・ 京都大学総合人間学部では文化人類学を専攻
- ・ 外資系金融機関での「修行期間」を経て、2009 年、株式会社坂ノ途中を設立
- ・ 環境負荷の小さい農業を実践する農業者の増加を目指す
- ・ 農産物の販売やオンラインプラットフォーム farmO（ファーム）の開発運営を行う

## 新規就農者が前向きに努力して つくっているお野菜は、本当に美味しい

主力の宅配事業は、有機農産物を扱う似たような会社が複数存在する領域です。季節に合わせた農産物のため、冬といえば大根といったように偏りが出てしまい、毎週同じ大根が届くという事態が起こりやすいと言います。「種苗会社と提携していて、こちらの種の方が良いですよといった提案も新規就農者の取引農家さんは『やってみよう』と試してくれる」そのおかげで他社との違いとして、色や大きさの異なる種類の大根を届けることができ、お客様の子供が毎週箱を開けるのを楽しみにしてくれています。「日本の家庭の食費は見直しが行われやすい費目だが、子供が楽しみにする段階までいくと、野菜の宅配は教育費になるのでやめることはない」

お客様に購入いただくことはひとつの手段として「環境への負担を下げよう、日本での新規就農者を増やそう」を前面に打ちだし、「こうして作られた野菜は健全に育てられているので美味しいですよ。よかったら食べてね」と伝えます。サービスレベルを上げる目的でお野菜説明書をつけていますが『お客様のために』『安全・安心を強調する』ことをあえて前面に出さずとも多くの支持を得ています。

京都と東京にある八百屋さん、海外での事業展開、2拠点で農産物をつくる農業に携わる他、有機農業についての情報交換の場としてオンラインプラットフォーム framO（ファーモ）の開発運営も行います。「買い手と農家さんを繋ぎ、農家さんは年間の栽培計画も開示する。現在の登録農家さんは350件。将来的には、栽培計画の全体最適をしたい」と話し、8月第一週目で片づけられてしまうトマトを例に挙げました。毎年生じる全国の小売店・レストランが8月第二週以降、有機トマトを探す事態の解消のためにも「一週栽培をずらそうといった戦略的な計画に繋げたい」と期待を寄せます。

「もう少し小さくやっていくつもりだった」とする事業規模も従業員50名におよび「僕らはみんながマネしようと思えるサービスの提供」をしていきたいと語る小野さんの挑戦はまだまだ続きます。



## センパイからの助言

Q、海外事業を展開するにあたって地域や品目の選定の仕方は？

A、ラオスの場合、現地で調査をしているシンクタンクの方からの誘いがあった訪問し、その時宿泊した先が18歳の初海外で泊まったゲストハウスの向かいのホテルだった。そういう運命的な「エイヤツ」という衝動が大事な一方で、事業性はクールさを確保しなければいけない。いろいろ検討したなかで価値が10倍にもなるコーヒーに決めた。検討段階から先に進む時に必要なのは、社内で手が挙がるか。いくらロジックがきれいにできていても、担当者に人生をかける熱量がなければ事業として成立できない。

Q、創業時、野菜がひとつも売れなかった時期があったと伺った。どのように一番大切なことを大事にしてきたか

A、当時はいかにしてレストランが僕らの野菜を購入してくれるか、肉や魚で差別化しようとするが高価になってしまうが、野菜であれば高くても2倍のため、お店として一番エッジを利かせやすいとの資料を作っていた。その時つきあっていたお店は「なす一袋もってきて」と強引な取引をするような店だった。そこでレストラン用の資料にも「未来からの前借りをやめよう」と少量の野菜での取引を正直にうたったところ、「農家と直接取引をして野菜を仕入れることに憧れていて、君らみたいところがなくて探していた」と言ってくれるレストランに多く出会えた。ごまかさず、オープンであることは大事だとその時学んだ。オープンにして取引がダメだったとき、相手に合わせるか・諦めるかの2択となり意思決定もしやすいと思う。